



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Aine	Markkinointi	Päivämäärä	19.2.2003
Tekijä(t)	Katrín de Wit	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	91 + liitteet 3
Otsikko	Venäjän kulttuuri ja liiketoiminta Hofsteden mallin kuvaamana		
Ohjaaja(t)	VTT Urpo Kivikari		

Tiivistelmä

Tutkimuksen päämääränä on selvittää suomalaisen ja venäläisen kulttuurin eroja.

Työn teoreettisessa osassa analysoidaan kulttuuria Hofsteden viiden kulttuurin perustekijän kautta. Yhteiskunnan todellisuus- ja totuuskäsitystä kuvaa epävarmuuden välttäminen. Yhteiskunnan rakennetta kuvaa kollektivismi ja individualismin ulottuvuus; yhteiskunnan sääntöjenmuodostusta valtaetäisyys; sosiaalisia suhteita maskuliinisuuden ja feminiinisuuden ulottuvuus; yksilön itsensä toimintaa kuvaa puolestaan lyhyen tai pitkän aikavälin suuntaus.

Analysoin Venäjän kulttuuria viiden eri ulottuvuuden kautta empiirisesti käyttäen hyväksi Venäjällä yleisiä symbolikäskeitä. Työpaikkakulttuurin analysointi perustuu sekundääriseen lähdeaineiston ohella seitsemän suomalaisen yrityksen (Raisio Oy, Leaf Oy, Hartwall Oy, Turvanasta Oy, Jämatek Oy, Pasanet Oy) Venäjän vientijohtajan haastatteluun.

Tutkimustulokset osoittavat, että suurimmat erot suomalaisten ja venäläisten välillä on juuri yhteiskunnan totuuskäsitystä kuvaavan epävarmuuden välttämisyhtymyksessä. Merkittävä kulttuuriero on myös valtaetäisyydessä. Suomessa ihailaan tasa-arvoa kun taas Venäjällä isot valtaerot ovat sosiaalisesti hyväksytyjä. Venäjän suurempaa kollektiivisuutta puolestaan kuvaa perheen tärkeys ja oman identiteetin perustuminen sosiaaliseen verkostoon. Venäjän suurempia maskuliinisia arvoja kuvaa menestymisen ja sen tuomien ulkoisten tunnusmerkkien kuten talon, auton, rahan ja merkkitietoisuuden tärkeys. Lyhyen tähtäimen suuntautuminen on yleisempää Venäjällä kuin Suomessa. Venäjällä halutaan nauttia tässä ja nyt.

Asiasanat	Kulttuuri, liike-elämä, Venäjä.
Muita tietoja	